

Існуючі і перспективні кластери туристичної сфери країни

Епоха постіндустріального розвитку суспільних відносин призвела до значного підвищення ролі сфери послуг у житті суспільства. Це відноситься і до туризму, який зараз є фундаментальною основою розвитку економік багатьох країн і регіонів світу. Значно зросла роль туризму як джерела валютних надходжень, у процесі розширення міжнародних зв'язків, в забезпеченості зайнятості населення; збільшився його вплив на ключові галузі економіки - транспорт, зв'язок, будівництво, сільське господарство і харчову промисловість, виробництво товарів народного споживання тощо.

При цьому туристичний продукт зазнає значних змін – він трансформується у сферу духовного переживання споживача, у сферу сприйняття туристом культурно-історичного і природно-рекреаційного багатства регіону відвідування. Тому необхідна розробка нових підходів до формування та просування туристичного продукту території з боку всіх зацікавлених сторін.

Кластерну модель організації туризму активно впроваджують такі європейські країни, як Італія, Франція, Норвегія, Греція, Бельгія та інші. Кластерний підхід перетворився в останні роки у ключовий інструмент туристичної політики провідних європейських держав. Однак його практичне застосування для формування ефективного підприємницького середовища, створення туристичної інфраструктури, підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій ще недостатньо вивчені та оцінені в Україні. Аналіз показує, що кластеризація туристичного бізнесу, як перспективного напрямку розвитку економіки України, відбувається повільними темпами, хоча спостерігається позитивна динаміка.

Реалізація кластерної політики сприяє зростанню конкурентоспроможності туристичного бізнесу за рахунок реалізації потенціалу ефективної взаємодії учасників кластера, пов'язаного з їх

географічно близьким розташуванням, включаючи розширення доступу до інновацій, технологій, «ноу-хау», спеціалізованих послуг і висококваліфікованих кадрів, а також завдяки зниженню трансакційних витрат, що забезпечує формування передумов для реалізації спільних коопераційних проектів і продуктивної конкуренції.

Основними ознаками кластера є:

1. Сильні конкурентні позиції на регіональному, національному і (або) міжнародному ринках і (або) високий експортний потенціал учасників кластерів; високий потенціал експорту продукції та послуг.

2. Наявність конкурентних переваг, до яких можуть бути віднесені: вигідне географічне положення, наявність спеціалізованих кадрових ресурсів, наявність субконтракторів, спеціалізованих навчальних закладів та дослідницьких організацій, необхідної інфраструктури та інші чинники.

3. Географічна концентрація і близькість розташування учасників кластера, що забезпечує можливості для їх активної взаємодії.

4. Ефективна взаємодія між учасниками кластера, партнерство підприємств з освітніми та дослідницькими організаціями; практика координації діяльності щодо колективного просування товарів і послуг на внутрішньому та зовнішньому ринках.

5. Більш високі показники темпів зростання нових робочих місць, виручки і рентабельності учасників кластера, ніж на підприємствах аналогічних галузей і сфер бізнесу по країні.

6. Частка кластера на ринку відповідної продукції (регіональному, національному, світовому) перевищує середню частку економіки регіону (ВРП) на цьому ринку.

7. Темп зростання продукції кластера перевищує середній темп зростання ВРП.

8. Конкурентоспроможність кластера з урахуванням питомих витрат і якості продукції не поступається конкурентоспроможності відповідних секторів економіки інших країн і регіонів.